



**Assegnazione docenze corso:**

Tecnico superiore per il controllo, la valorizzazione e il marketing delle produzioni agrarie, agro-alimentari e agro-industriali - Wine Marketing Manager- Biennio 2021-2023

<b>UF</b>	<b>ARGOMENTI</b>	<b>ORE ARGOMENTO</b>	<b>ORE TOTALI UF</b>
<b>ENOLOGIA</b>	La vite. I terreni. La coltivazione della vite	30	100
	La produzione del vino	42	
	Profili produttivi d'interesse dell'HACCP	8	
	Chimica del vino e aspetti nutrizionali.	20	
<b>IL SISTEMA PRODUTTIVO VITIVINICOLO</b>	Esame generale del sistema vitivinicolo italiano	6	30
	Le tipologie di imprese vitivinicole	12	
	Forme di cooperazione e di rete di imprese	12	
<b>ANALISI SENSORIALE</b>	Profili teorici dell'analisi sensoriale	10	40
	Esercitazioni pratiche e degustazione di prodotti per l'analisi sensoriale	30	
<b>MARKETING E COMUNICAZIONE</b>	Introduzione al marketing ed ai suoi strumenti	10	110
	Il marketing del gusto	20	
	Mercato del vino e consumatore di vino	15	
	Strategie specifiche di marketing del vino	25	
	Comunicare il vino	30	
	La partecipazione ad eventi e fiere	10	
<b>LEGISLAZIONE E NORMATIVA DEL SETTORE VITIVINICOLO</b>	Cenni alla normativa comunitaria e nazionale in materia	4	40
	La disciplina del marchio e del brevetto	8	
	La disciplina su IGT, DOC e DOCG	8	
	La tutela del consumatore e l'etichettatura	12	
	HACCP	8	
<b>STORIA LOCALE E CULTURA DEL VINO</b>	Storia del vino	8	68
	Vino e cultura (letteratura, arte, cinema)	10	
	La storia del vino in Piemonte	12	
	Tradizioni popolari e cultura locale del vino	12	

	Storia e cultura del vino e storytelling	26	
<b>ENOGRAFIA</b>	Cenni alla geografia del vino	6	30
	La geografia nazionale del vino	14	
	La geografia internazionale del vino	10	
<b>LA PRODUZIONE DEI DISTILLATI E DERIVATI DELLA PRODUZIONE</b>	I modelli produttivi della distillazione ed i prodotti alcolici derivati dal vino	20	40
	Esame dei principali distillati italiani ed esteri	20	
<b>COMMERCIALIZZAZIONE E DISTRIBUZIONE</b>	Il mercato del vino. Mercato nazionale e mercato estero	55	120
	Altre segmentazioni del mercato del vino	35	
	Struttura della distribuzione commerciale: vendita diretta, HORECA, GDO, commercio elettronico	30	
<b>WEB MARKETING</b>	Regole tecniche per l'utilizzo a scopo commerciale di Internet e la Netiquette	6	87
	Aspetti teorici del web marketing	8	
	Le principali strategie di web marketing	20	
	Esame di casi pratici	20	
	Esercitazioni pratiche	33	
<b>MANAGEMENT DELLE DEGUSTAZIONI</b>	Analisi teorica delle degustazioni e gli abbinamenti cibo-vino	20	100
	L'organizzazione di eventi enogastronomici	20	
	Esercitazioni pratiche di degustazione e testimonianze	60	
<b>LINGUA TEDESCA</b>	Nozioni basilari di lingua tedesca	35	50
	Terminologia e linguaggio tecnico	15	
<b>LINGUA INGLESE</b>	Lingua inglese specifica del settore agroalimentare	80	80
<b>SVILUPPO SOSTENIBILE IN VITICOLTURA</b>	La sostenibilità e le sue dimensioni	10	115
	La sostenibilità ambientale: vino naturale, agricoltura biologica, agricoltura biodinamica	35	
	La sostenibilità sociale: regole etiche, sviluppo dei territori ed economia civile	15	
	La sostenibilità economica: essere green, equi e competitivi	10	
	Le certificazioni di sostenibilità	20	
	La sostenibilità come fattore di marketing: raccontare la sostenibilità	25	
<b>SICUREZZA SUL LAVORO</b>	Fattori di rischio generali e specifici	8	16
	Misure di prevenzione e protezione	8	

<b>Testimonianze</b>	Non oggetto del Bando	12	12
<b>Orientamento</b>	Non oggetto del Bando	28	28
<b>Pari opportunità</b>	Non oggetto del Bando	16	16
<b>Project work</b>	Non oggetto del Bando	24	24
<b>Esame</b>	Non oggetto del Bando	14	14
<b>Stage</b>	Non oggetto del Bando	680	680